

REKORDAN TRŽIŠNI UDIO HRVATSKE POŠTE

- ❑ Tržište pada, rastu paketi, isporučeno ih 13,3% više.

Hrvatska pošta (HP) u prvom tromjesečju 2015. je dosegla najveći tržišni udio u posljednjih pet godina, objavio je tržišni regulator Hakom. U izvješću za prvo tromjesečje Hakom navodi da je Pošta dosegla 72,5 posto udjela na poštanskom tržištu prema broju ostvarenih usluga. Godine 2011. imala je tržišni udio od 71,5 posto, godinu kasnije 67,5 posto, a 2013. 70,7 posto. Prije pet godina taj je udio bio 76 posto.

Regulator dodaje da je broj poštanskih tvrtki ostao isti, njih 11, pri čemu je HP najveći. Usto ističe da predviđanja blagog oporavka gospodarstva bude optimizam za poštansko tržište i daljnju liberalizaciju. Ukupno je tržište nastavilo pad. Broj pruženih usluga pao je s 87,9 mil. u prvom lanjskom tromjesečju na 84,7 mil. u ovoj godini. Manje se šalju tiskanice i pisma. Rastu jedino paketi, kojih je u kvartalu isporučeno 3,4 milijuna.

INFO...

- ❑ Oko 700 radnika tvrtke CityEX od 1. srpnja ove godine trebalo bi se naći na ulici

Planom restrukturiranja predviđeno je da se broj radnika smanji s 980 koliko tvrtka broji danas, na 180 radnika. Radna mjesta koja su ugašena, izgubljena su nepovratno i nema nikakve mogućnosti da se ona obnove. Mjere i potezi koje je država poduzela protiv CityEX, ne ostavljaju nikakvu mogućnost da se zadrže radna mjesta.

HRVATSKA POŠTA PRODALA ZGRADU NA RIJEČKOM KORZU

- ❑ Nakon 130 godina pružanja poštanskih usluga, zgrada pošte prelazi u ruke „Tim nekretnina“

Zgrada Hrvatske pošte na riječkom Korzu prodana je zagrebačkoj tvrtki Tim nekretnine za 5,6 milijuna eura. Vijest je snažno odjeknula u poslovnim krugovima, to više što je vrijedna nekretnina prodana na javnom natječaju »kuvertiranim ponudama«, iako bi se otvorenom, javnom licitacijom, sudeći po zanimanju potencijalnih kupaca, mogla postići viša cijena.

Interes je iskazao i DM koji je ponudio šest milijuna eura, no Uprava HP-a tu je ponudu odbila, uz obrazloženje da je došla nakon završetka javnog natječaja. Stručnjaci smatraju da je trebalo ići na licitaciju jer bi se postigla viša cijena.

poštanska crna kronika

Uhićena četvorica koji su planirali pljačku glavne pošte u Dubrovniku

Temeljem saznanja Službe kriminalističke policije Policijske uprave dubrovačko-neretvanske o organiziranoj skupini udruženoj radi počinjenja kaznenog djela razbojništva u zgradi glavne pošte u Dubrovniku, a s ciljem pribavljanja znatne protupravne imovinske koristi, u ožujku ove godine započela je operativna akcija „Bonita“ koja je rezultirala uhićenjem četiri hrvatska državljanina.

Naime, osnovano se sumnja da su od ožujka do kraja svibnja ove godine detaljno planirali navedeno kazneno djelo s podjelom uloga i zaduženja te izradili plan radnji koje je potrebno poduzeti prije, za vrijeme i nakon počinjenja tog kaznenog djela.

“BONITA” banana iz Dubrovnika

Premda je Dubrovnik poznatiji kao turističko središte, odnedavno je poznat i po snimanjima mnogobrojnih svjetskih putopisa, povijesnih i akcijskih serija i filmova. Najnoviji filmski hit koji se, umalo, počeo snimati u Dubrovniku pod radnim nazivom – „Pljačka stoljeća u Dubrovniku“, naprasno je prekinut! Zamislite vi tu drskost, policija je prekinula pripreme za snimanje! Koje kakve statiste (odmetnute konobare, policajce, poštare...) koji su se iz sporednih uloga htjeli nametnuti u glavne glumce, pohvatala je i strpala ih tamo gdje im je i mjesto – u mišju rupu!

Otužio je, što se pojedine naše kolege i poštanski prijatelji, za šaku dolara pretvaraju u doušnike desperadosa, i prodajom informacija ugrožavaju živote ostalih radnika Hrvatske pošte!

KVAKA 80 : 20 : 100

U suvremenim tvrtkama odavno je u primjeni »pravilo 80 : 20« koje nam govori da :

20 % korisnika ili robe donose 80 % profita

20 % tiskovina sadrži 80 % vijesti

20 % razgovora donosi 80 % zaključaka

20 % pogrešaka u organizaciji procesa rezultira sa 80 % neispravne robe

20 % rada za radnim stolom (računalom) donosi 80 % uspjeha u poslu

U razgovoru sa (pre)zadovoljnim radnicima (pre)drage nam naše tvrtke, pokušao sam pronaći «pravilo 80:20» u svakodnevnom poslovanju. Nakon dugog traženja ipak sam uspio pronaći famozna pravila 80:20, ali ne u originalu već u vidu poštanske inačice tzv. « kvaka 80:20:100» koja nam govori:

80 % robe na dostavi (tiskanice) donosi nam 20 % prihoda

80 % pravilnika i okružnica sadrži 20 % korisnih i uporabnih informacija

80 % zaključaka rezultat je 100 % jalovih razgovora i rasprava

80 % problema u dostavi rezultat je 100 % «šlamperaja» u organizaciji

80 % uspješne dostave rezultat je 130 % zalaganja poštara.

OPET O CILJEVIMA!

Svaki put kad prođe ocjenjivanje i zadavanje novih ciljeva na mnogim područjima ponavljaju se iz godine u godinu slične reakcije radnika.

Neki to prihvate kao sasvim normalnu i očekivanu poslovnu okolnost. Neki nemoćno šute i prihvate ocjene i ciljeve s velikim upitnikom iznad glave. Malobrojni javno progovaraju o nedosljednosti kriterija, a pojedince je baš briga za „tu formalnost“, pa se nerijetko, poučeni iskustvom da zbog toga neće ništa izgubiti ni dobiti, izruguju s ovim modelom poticanja aktivnosti.

Kad su operateri u pitanju kriteriji su najprije prodajni rezultati. I poštarima se postepeno uvode slični: evotv, eBox i prodajni katalog. To nam govori da je prodajni rezultat ono što se nameće kao najvažniji element uspješnosti pojedinca. Kada je tome tako, onda tom dijelu treba posvetiti i najveću pozornost, a to iz perspektive rukovoditelja znači radnicima na primjeren i jasan način odgovoriti na neizrečena pitanja (zašto, što i kako) koja se u njima konfuzno isprepliću i omogućiti im uvjete i podršku za realizaciju zadanog. Iz razgovora s operaterima i poštarima s različitih područja lako se može zaključiti gdje sustav funkcionira, a gdje ne. Isto nam govore i rezultati – oni su nepobitne činjenice. Iza ta dva pokazatelja ne može se nitko sakriti. Oni otkrivaju kvalitetu rukovođenja na određenom području. Dakle, kako god bilo, najodgovorniji za ostvarivanje rezultata su rukovoditelji. Ciljevi njihovih radnika i njihovi su ciljevi. Ako oni nemaju ili ne znaju postaviti jasnu strategiju kako ostvariti svoje ciljeve, kako onda mogu očekivati da će radnici

ostvariti svoje?

Prodajni rezultati ovise, najviše, o sposobnosti upravljanja, a ono je vrlo širok pojam ili, bolje rečeno, umijeće. Ako toga pojedini menadžeri nisu svjesni, nisu voljni ni naučiti kako da postanu uspješniji. Umjesto toga opravdavaju se izgovorima poput: ne može se, krivi su neki drugi, radnici su lijeni, mentalitet je kod nas drukčiji, kriza je pa ljudi nemaju novaca i što god drugo čime bi opravdali neuspjeh. Svjesno ili nesvjesno svojim postupcima oni to svakodnevno prenose na one

kojima upravljaju, a posebno u osjetljivim trenucima poput ocjenjivanja i zadavanja ciljeva. Već u samom startu čine pogreške prilikom distribucije ciljeva. To rade bez strategije. Da nije tako ne bi se uvijek iznova postavljala ista pitanja: Zar je potreb-



no reći da tamo gdje nema signala ne možemo očekivati prodaju evotva?; Nije li na socijalno ugroženijim područjima apsurdno očekivati realizaciju nekih usluga ili proizvoda koje si većina stanovnika, usprkos želji ili potrebi, ne može priuštiti?; Zar se od radnika koji često mijenja lokacije rada može očekivati rezultat kao kod onih koji su stalno u istom uredu ili na rajonu?; Kako radnici koji nisu valjano informirani ili im se ne osiguraju uvjeti za kvalitetno praćenje edukacija mogu ostvariti rezultate?! Slična pitanja možemo nabrajati u nedogled, ali ostaje činjenica da neuspješni menadžeri uporno ignoriraju priznati i unaprjeđivati svoje kompetencije. Posljedica toga je da vrlo često izgube kontrolu, pa onda pribjegavaju upravljano primitivnim metodama „motiviranja“ radnika po-

grdnim riječima, konstantnim verbalnim primjedbama, nemogućim zahtjevima i neistinama kojima svoje pogreške pripisuju drugima. Njihovi radnici osjećaju se loše, negativni su prema sustavu, ne vide ni svoju ni perspektivu tvrtke i često govore „kako nikad u pošti nije bilo gore“.

S druge strane postoje rukovoditelji koji su prepoznali i usvojili instrumente sustava koji „jedva čekaju“ da ih se primjeni, a koji su im na raspolaganju kao korisna i efikasna podrška. Oni razgovaraju s radnicima, informiraju ih, educiraju, upućuju, adekvatno organiziraju – ukratko, bave se njima kao

najvažnijim resursom uspjeha. Na taj način oni potiču i ostvarivanje rezultata, kao osnovnog i jedinog smisla svih aktivnosti. Njihovi radnici su zadovoljniji, više znaju, pozitivniji su, lakše ostvaruju rezultate i vide svoju budućnost u HP-u. Da nije tako mi danas ne bi imali, npr., 55.000 korisnika evotv-a ili 40.000 korisnika eBox-a.

Sve što se očekuje od menadžera je da se ponaša i radi maksimalno odgovorno, s visokom razinom traženih kompetencija.

I ocjene i ciljevi tada će biti objektivniji, radnici i korisnici zadovoljniji, a rezultati lakše ostvarivi i bolji.

ODRŽANO DRUGO PRVENSTVO HRVATSKE U VUČI KAMIONA

IMA LI TKO JAČI !?

U organizaciji Powerlifting-kluba Međimurje, u Čakovcu je nedavno održano Prvenstvo Hrvatske u vuči kamiona, koje je imalo i humanitarni karakter. U kategoriji do 80 kg trebalo je povući kamion od 2,2 tone, zatim u kategoriji do 105 kg kamion od 3,3 tone, te u kategoriji od 105 kg kamion od 5,4 tone.

Treće mjesto bez treninga i priprema!

Najglasniji su bili fanovi natjecatelja **Nevena Strbada iz Čakovca**, kojeg će mnogi prepoznati kao radnika HP-Hrvatske pošte d.d. i voditelja područja u Diviziji pošta u Čakovcu. Iako se ne bavi ovim sportom i ne trenira, prihvatio je poziv za sudjelovanjem i osvojio treće mjesto u vuči kamiona u kategoriji od 105 kg, gdje je trebalo povući kamion težine 5,4 tone.

DAVOR KRŠIĆ

1966. – 2015.

predsjednik GRV-a



U subotu 6. lipnja 2015. godine iznenada je preminuo Davor Kršić, predsjednik Glavnog radničkog vijeća HP-Hrvatske pošte d.d..

Davor je svojim nesebičnim i predanim radom u svojstvu predsjednika Glavnog radničkog vijeća, člana Središnjeg povjereništva radnika za zaštitu na radu, predsjednika Radničkog vijeća SC Zagreb, te sindikalnog povjerenika Hrvatskog sindikata pošte, ustrajno i s puno žara promicao razvoj socijalnog dijaloga te poboljšanje životnih i radnih uvjeta radnika HP-Hrvatske pošte d.d.

Komemoracija i posljednji ispraćaj kolege Davora Kršića, je u srijedu 10. lipnja 2015. godine u 14,10 sati na groblju Miroševac, u Zagrebu.

RSRH je član Nezavisnih hrvatskih sindikata

Uredništvo: **Željko Vidaković** - glavni i odgovorni urednik, **Marija Jukić, Siniša Seketin, Domagoj Mendeš, Gordana Perković, Ivica Franić, Ingrid Sušanj, Marija Mandić, Cvetan Kovač.**

TF: 01 4611616; FAX: 01 4611617; ADS: Kneza Mislava 11 /2, 10000 ZAGREB; E-MAIL rsrh@posta.hr